

# COMÉRCIO INFORMAL E BANALIZAÇÃO DA COMIDA

## INFORMAL TRADE AND TRIVIALIZATION OF FOOD

Newton Narciso Gomes Júnior <sup>1</sup>

Olívio José da Silva Filho <sup>2</sup>

**Resumo:** Houve um crescimento notável do comércio informal de marmitas em cidades brasileiras recentemente. Um estilo de vida cada vez mais urbano tem gerado uma demanda crescente por refeições fora de casa, não apenas por conveniência ou prazer, mas, por imposição da vida. O consumo de marmitas é uma das expressões dessa realidade, a comida banalizada, precária e o estiolamento da ideia de comensalidade, as pessoas tendem, a cada dia, comerem de qualquer jeito desde que rápido e quase sempre sozinhas. Essa tendência cria um ambiente no qual a alimentação se torna uma mera função utilitária, perdendo sua conexão com a cultura e as relações sociais. O fenômeno do “comer qualquer coisa” ilustra essa dinâmica, evidenciando a redução do conceito de comida e a aceitação de alimentos não referenciados socialmente. Isso representa uma ode ao consumidor individual, ao mesmo tempo em que banaliza a importância e a qualidade da alimentação.

**Palavras-chave:** Comida-mercadoria. Marmitas. Individualismo. Comensalidade

**Abstract:** There has been a noticeable growth in the informal lunch boxes trade in Brazilian cities recently. This kind of phenomenon is a pure expression of the new conditions imposed on the life of urban workers. The consumption of lunch boxes is one of the expressions of this reality, the trivialized, precarious food and the etiolation of the idea of commensality, people tend, every day, to eat anyway as long as it is quick and almost always alone. This trend has created an environment in which food becomes a mere utilitarian function weakening the connection from food with culture, tradition and sociability. The phenomenon “to eat anyway anything” can illustrate this dynamic bespeaking the etiolation of food concept while encouraging the diner to eat an “imitation of food”. Therefore, by trivializing the meaning of food, everything that refers to quality a commensality loses its meaning as well.

**Keywords:** Food-commodity. Lunch boxes. Individualism. Commensality.

- <sup>1</sup> Doutor em Política Social pela Universidade de Brasília (UnB). Pós-Doutor em Economia, pela Universidade de Campinas. É professor do Programa de Pós-Graduação em Política Social da Universidade de Brasília (UnB). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5755545515133754>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1455-7729>. E-mail: [snewtogomes@gmail.com](mailto:snewtogomes@gmail.com)
- <sup>2</sup> Doutor em Política Social pela Universidade de Brasília (UnB). Mestre em Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural pela Universidade de Brasília (UnB). Graduado em Gastronomia pela Universidade Estadual de Goiás. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1976018990944472>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9146-9928>. E-mail: [olivioson@gmail.com](mailto:olivioson@gmail.com)

## Introdução

Desde meados dos anos 2010 nas grandes e médias cidades brasileiras expandiu-se fortemente o circuito informal de vendas de refeições prontas. A venda de comida nas ruas, de refeições prontas, marmitas, cresceu no período como forma de gerar ocupação e renda num turno de recrudescimento do desemprego que se instalou no mundo inteiro, na esteira da crise econômica de 2008.

Embora, a comercialização de marmitas ou “quentinhas”, como ainda são conhecidas essa modalidade de refeição, não seja um fenômeno desconhecido no espaço das cidades, era muito mais modesta a rede de serviços desta natureza e quase invariavelmente cercada de preconceitos por parte dos cidadãos que tomam refeições fora do domicílio. A “quentinha” era para os trabalhadores mais precários.

Nos dias atuais o consumo de marmitas vendidas nas ruas e praças converteu-se numa rotina para grandes contingentes de cidadãos atuando no setor de serviços, comércio, repartições públicas dentre muitas outras atividades; almoçar rapidamente em qualquer lugar, que pode ser a mesa de trabalho no escritório, um banco na praça ou degraus de uma escada, tem sido a forma encontrada para poupar tempo e dinheiro, uma vez que os preços das refeições no circuito de varejo formal tendem a superar em pelo menos duas vezes o valor praticado pelo segmento informal. Essa condição aliada a economia de tempo que esse tipo de refeição possibilita, explicaria em grande medida o crescimento contínuo da oferta e demanda por marmitas. Essa seria a via mais fácil e óbvia de lidarmos com o fenômeno. Contudo, o óbvio sempre carrega consigo elementos não tão evidentes, mas, nem por isso, menos decisivos para a compreensão da realidade.

A hipótese com a qual trabalhamos nessa primeira aproximação, teórica, remete ao processo em curso na sociedade de consumo de banalização da comida e seus ritos, em favor de outras demandas por serviços e mercadorias anunciadas como capazes de promover níveis intensos de satisfação e bem estar. Como corolário da hipótese presumimos que a desnaturalização da comida e seus ritos é uma das facetas de um modo de vida que reforça o individualismo às custas do estiolamento da sociabilidade e cria condições para, na persistência de necessidades insatisfeitas, emular o consumo de mercadorias como válvula de escape ou como mecanismo capaz de dar algum sentido à vida; comer qualquer coisa em qualquer lugar com a atenção dividida entre a comida e a tela de um aparelho celular ou computador conectados às redes sociais, seria a porta de entrada para estímulos ao consumo inconsciente apresentado ao imaginário como “*satisfator*”<sup>1</sup>

Por oportuno, esclarecemos que esse ensaio é parte inicial do projeto de pesquisa: Os dois círculos de abastecimento de refeições prontas na UnB, financiado pelo CNPq desde dezembro de 2023 e que busca decifrar as motivações dos comensais que no Campus Darcy Ribeiro,<sup>2</sup> optam pelas marmitas em detrimento das refeições comercializadas pelo Restaurante Universitário e pela rede formal de equipamentos instalada no local.

## A comida e ritos de comensalidade: o comer qualquer coisa substituindo a ideia de almoçar

A frase “comer qualquer coisa” do título dessa seção foi captada por uma das pesquisadoras envolvidas no projeto de investigação sobre o consumo de marmitas na Universidade de Brasília (UnB) ainda na fase de testes dos instrumentos estatísticos adotados na pesquisa em curso que investiga as motivações das pessoas na UnB para consumirem marmitas diariamente. Nas explicações que se seguiram foi possível identificar que o “comer qualquer coisa” ou “pegar qualquer coisa para comer” remetia decisão de comprar uma marmita enquanto a ideia de almoço se associava a comer junto com amigas(os) no restaurante universitário (RU).

Na primeira via, a intenção era usar o tempo do almoço para se socializar nas redes sociais

1 Satisfator é a tradução livre empregada pelos autores, em substituição do vocábulo em inglês “satisfiers” apresentado por Doyal e Gough (1991) na obra Basic Human Needs Theory.

2 Principal campus da Universidade de Brasília, localizado no Bairro Asa Norte e por onde circulam segundo dados da prefeitura da universidade quase 50 mil pessoas, entre estudantes, servidores e outros, diariamente.

navegando por imagens, vídeos, propagandas e tudo que acompanha a emulação do devaneio; desejar e sonhar, estudar ou simplesmente dormir por alguns instantes. A opção de almoçar junto no RU “é diferente, conversamos sobre aulas, estudos, reclamamos da comida, da vida, ....”.

O restaurante é uma invenção de oportunidade. Sua existência está relacionada com a necessidade de viandantes tomarem refeições pelos caminhos no exercício de seus misteres, quaisquer que fossem esses. As estalagens nas estradas e as tabernas nos aglomerados urbanos confirmam a ideia de que vender comida pronta na forma de uma refeição foi, como afirmado no início do parágrafo, uma invenção de oportunidade; nas ruínas de Pompeia é possível encontrar o que teriam sido casas de pasto, padarias, bares e indícios de que por ali, à época, funcionavam estabelecimentos que forneceriam alimentos prontos para serem levados para o consumo em outro lugar.

Nas descrições que encontramos dos cardápios triviais de estalagens e tabernas da Idade Média, por exemplo, dominam os pratos que reproduzem o mesmo tipo de refeições que um comensal tomaria num dia qualquer em seu domicílio. Ou seja, as casas de pasto faziam as vezes de extensão da cozinha doméstica para viajantes em busca de uma refeição, uma “comida caseira”.

Quais as imagens que nos chegam desses lugares por intermédio da literatura, teatro e da pintura e mais adiante pelos filmes? Abstraindo-se os enredos, o que domina são pessoas compartilhando refeições, não raro montadas, o prato feito, servidas a comensais instalados em mesas, usando talheres, pratos e copos de cerâmica ou metal, ou seja, tal e qual se punha à mesa no domicílio. O “clima” quase que invariavelmente é alegre e ruidoso – pelo menos na literatura e artes visuais- a comida e bebida, fartas. A comida, anota Montanari (2013) se define como uma realidade cultural que alberga todos os aspectos que a cercam, ou seja, da substância e dos significados no e para o imaginário.

O divertido e instigante livro *Dinner with Churchill*, Stelzer (2011) destaca a comida à mesa como parte indissociável da estratégia do primeiro ministro inglês nas suas rotinas de fazer política. Num relato minucioso que envolve desde as preferências e caprichos gastronômicos de Churchill passando pela investigação dos gostos e “fraquezas gastronômicas” dos comensais convidados à mesa, Stelzer demonstra como a cultura e a comida se juntam para muito além da satisfação do estômago, revestindo cada refeição de pompas e circunstâncias que desbordam a sofisticação ou simplicidade do prato servido em favor de intenções, expectativas, promessas e traições, enredos nos quais as estratégias do primeiro-ministro se desenrolam entre a refeição e os charutos. A comida nesse contexto é muito mais que alimento, se apresenta como um expediente tático, uma ferramenta que adequadamente utilizada permite que quem esteja envolvido com a ação, alcance o objetivo para o qual o esforço fora aplicado.

Em “Como água para chocolate” de Laura Esquivel (2015), a comida é intrinsecamente ligada às emoções dos personagens, especialmente da protagonista Tita, que transmite seus sentimentos por meio dos pratos que prepara. A narrativa explora a relação entre comida e emoções intensas, evidenciando como os eventos culinários se entrelaçam com as experiências emocionais dos personagens.

Poderíamos percorrer a literatura de todos os tempos para destacar a centralidade da comida na forma de uma refeição para o sentido da vida no seu significado pleno, muito além da sobrevivência física do organismo. Contudo, para os nossos interesses iniciais, as duas breves referências são suficientes para alertar sobre a centralidade da comida e os ritos que acompanham o consumo, em outros termos, que a comida não comporta ser tratada como banalidade.

Tomada a partir dessa perspectiva, a comida assume o significado de refeição, ideia revestida de sentidos que arrolam as dimensões nutricionais, o sabor e aroma, a composição do prato, enfim, um arranjo capaz de satisfazer necessidades do estômago tanto quanto do espírito.

Na seção dedicada ao “comer junto” Montanari (2013) destaca a frase de um personagem da obra *Dispute Convival*, de Plutarco: “não nos convidamos uns aos outros para comer e beber simplesmente, mas para comer juntos” (p. 157). Essa passagem converge com o significado da ideia de almoçar e a diferença entre ela e a disposição de “comer qualquer coisa” apontada no início desse capítulo. Todavia, seja na frase do personagem da obra de Plutarco seja na forma de distinguir o almoçar do comer elaborada pela jovem comensal da UnB os significados associados à comida-refeição não enfraquecem a centralidade do alimento, ao contrário, reforçam-na na medida em

que é a comida-refeição o elemento em torno do qual ganha sentido a ideia de compartilhar a vida. Entretanto, quando se trata do consumo da marmita vendida no circuito informal de varejo, esse significado se perde. Isso é o que tentamos demonstrar nesse ensaio mais adiante.

A comensalidade envolve a comida-refeição no seu significado mais ampliado, ou seja, o rito da refeição deve contemplar além da comida, a mesa de refeições, pratos, copos e talheres, num ambiente que seja identificado como lugar para comer. Em outros termos, a comida mais do que o alimento se reveste de um rito em que o local onde se come, a mesa, toalhas, pratos, talheres, travessas, copos, compõem a ideia de refeição.

O comer fora do domicílio abrange desde um evento especial, festivo, até a refeição cotidiana seja ela em restaurantes, cantinas das empresas, ou mesmo o refeitório no qual o comensal cercado de outros iguais toma a refeição que trouxe de casa, a marmita previamente preparada a partir das suas preferências.

Registre-se aqui, e voltaremos a esse ponto mais adiante, que a marmita quando preparada a partir da disponibilidade de preparos no domicílio é antes de qualquer outra consideração, resultado da escolha do comensal, ainda que essa escolha possa refletir limitações seja porque aquela comida pode ter sido preparada por quem detém essa responsabilidade no domicílio, seja porque a renda domiciliar pode reduzir a diversidade do cardápio. Porém, de qualquer modo, aquela comida se destina aos comedores viventes na casa e isso, como se verá à frente, faz muita diferença quando confrontada com a marmita vendida nas ruas pelos varejistas informais que se dedicam a esse mister.

A noção de preferência expressa a decisão do conviva diante das possibilidades de escolha a ele apresentadas quando do momento de tomar a refeição. Mas, essa decisão não é propriamente espontânea no sentido do exercício da plena autonomia de escolha. Como seres onívoros, a princípio podemos tomar como alimento qualquer vegetal ou animal que seja comestível, contudo, sabemos que nem tudo que é comestível é ou será comido; entram em cena outras determinações tais como as práticas e hábitos alimentares de cada agrupamento humano, interdições culturais, sociais e religiosas (Poulain, 2004; Fischler, 1995; Montanari, 2013; Attali, 2021).

Quase inevitável é a associação da preferência por uma comida com o gosto. Todavia, o gosto não se resume ao juízo formado a partir das sensações que o alimento provoca nas papilas gustativas e no palato e que enviadas ao cérebro se traduzem em aprovação, repulsa ou indiferença; esse é o campo do paladar. Se aceito esse argumento inicial, é razoável que se associe o gosto à eletividade, à escolha, dimensão permeada quase sempre por afetividades, emoções (Fischler, 1995). Assim, não comemos porque é comestível e sim, comemos porque culturalmente e socialmente nos foi ensinado que aquela substância é comestível, acrescida das informações do modo de preparar o alimento, os ritos da refeição, e de uma infinidade de significados acessórios que sempre acompanham os convivas no ato da refeição.

Em termos modernos, anota Doria (2009) “o gosto é uma completa fusão de estímulos sensoriais composto pelo sabor (gustação) pelo aroma (olfatação) pela percepção de formas, volumes e cores (visão) e pela sensação tátil dos alimentos sendo mastigados conhecida como sensação bucal” (p. 193). Mas, como lembra o autor, essas sensações não são as mesmas para todos os tipos de convivas e para exemplificar cita o comportamento de repugnância que os indígenas adotaram frente aos alimentos oferecidos a eles por ocasião do contato da expedição de Pedro Alvarez Cabral na descoberta do Brasil, ou conflitos de opinião em relação a determinadas comidas que agradam a uns e são rejeitadas por outros, não pelo desconhecimento dos ingredientes, mas, pela forma que são preparados.

Assim, o gosto, o agradável ou o rejeitado aplicado à comida, não podem se esgotar naquela fusão de sentidos, requer, também, que seu significado contemple determinações sociais e culturais (Doria, 2009). Nesse sentido podemos invocar para sustentar essa ideia, as “células de memória<sup>3</sup>” que acumulam impressões, afetos, interdições e associações com momentos da vida, datas festivas, na construção da preferência gastronômica das pessoas. Mas, é preciso conferir para essas referências uma importância relativa uma vez que atuam na construção da preferência, da escolha, muitos outros elementos que não necessariamente estão associados à comida e gosto. As

3 A ideia de células de memória aqui empregada adota como significado o armazenamento no cérebro de informações e experiências vividas que influem na formação das decisões dos indivíduos.

memórias afetivas, sociais e culturais acumuladas nas “células” do imaginário repartem espaço com outras informações, práticas e hábitos resultantes do desenrolar da vida num cenário, a realidade, em permanente mutação, onde tudo, absolutamente tudo, pode ou é ressignificado a partir do desenvolvimento das relações sociais e as necessidades inatas ou criadas.

A comida desde sempre envolveu significados que desbordam o alimento em si e suas propriedades mais imediatas associadas à satisfação das necessidades fisiológicas do organismo humano. São incontáveis as passagens em obras de ficção ou não em que a comida, a refeição e sua composição se apresenta associada às dimensões do afeto, do desejo, da ostentação, da prudência e resignação, sorte ou azar, graça ou pecado; da fartura exagerada, desperdícios, à moderação monástica, as refeições e os pratos que as compõem se apresentam ao imaginário social carregadas de distinções, significados que promovem ou destroem reputações, que separam distinguidos de fracassados.

Contudo, esse tipo de associação subsiste no imaginário para ser aplicada a situações particulares como os dias de festa, os eventos e comemorações. Não se aplicam tais associações ao cotidiano, a comida do dia a dia, a comida que se come em casa e que está identificada com o tempero de quem a produz (paladar) com a inventividade que transforma alimentos em comidas desejadas, que satisfaz a fome e conforta o espírito.

Assim, as referências dessa refeição cotidiana não estão “salvas” na mesma “pilha de memória” onde guardamos a comida de festa, a comida dos dias especiais, até mesmo a comida do domingo, dia em que nas mesas familiares as preparações servidas como almoço tendiam a escapar do lugar comum do dia a dia; seu lugar é o mesmo onde guardamos as sensações de acolhimento, de segurança e afetos. As comidas especiais, festivas, essas têm como albergue os espaços próprios na memória onde guardamos momentos e eventos lembrados sempre com emoção e alegria, a comida cotidiana pertence às lembranças associadas quase sempre à saudade, emoção quase impossível de ser definida, dimensão exclusiva do campo dos sentimentos.

Tomada por esse ângulo, a comida de festa é parte do inusual, um evento. Por outro lado, a “comida de casa” exatamente pela sua condição de integrante da rotina cotidiana reveste-se de uma excepcional força de influência quando a rotina citadina passa a incluir a tomada de refeições fora do domicílio.

Nesse “território” a escolha do que comer tende a receber influência da memória daquilo que um conviva comeria na sua própria casa, tendência essa que os restaurantes nas cidades maiores capturaram traduzindo-a na forma de um cardápio de prato único de segunda feira a sábado, o prato do dia, o prato feito. Esse tema, o do prato do dia é controverso, existem muitas versões e poucas confirmações, a explicação depende da experiência empírica de quem conta, ora mais elaborada ora de uma simplicidade exagerada e rasa. Em comum, todas elas remetem às intenções levadas a cabo pelos restaurantes de repetirem o que seria a comida do dia a dia nos domicílios citadinos, um domicílio ideal numa cidade ideal.

Convém não perdermos de vista a diferença entre a “comida de casa” e a ideia de comida caseira que tende a emprestar significado às preparações servidas fora do domicílio, esta uma mercadoria enquanto a outra não o é. Na condição de mercadoria uma coisa é produzida para outrem que irá consumi-la mediante uma operação de troca, condição essencial para que a mercadoria possa se realizar plenamente. Como destaca Fontenelle (2017) sob o signo da mercadoria as coisas se apresentam no circuito de trocas esvaziadas do significado quanto seu valor de uso, ou seja, são puramente valor de troca. Cabe à propaganda a função de “recriar” a ideia de utilidade inerente à coisa e ao fazê-lo, acrescenta-lhe significados outros que desbordam a utilidade, algo como qualidades que desconhecidas do consumidor lhes são reveladas pela propaganda.

A comida feita em casa não tem valor de troca posto destinar-se ao consumo da família ou, de todas as pessoas que vivem no domicílio. Ninguém paga absolutamente qualquer dinheiro pelo prato do almoço ou jantar, tampouco se paga quando a comida é acondicionada em uma embalagem que será consumida por algum dos membros da família, no horário do almoço ou jantar, no local de trabalho. A refeição consumada fora do domicílio, nesse caso, não tem a forma mercadoria.

Totalmente diferente é o caso do consumo na forma de refeição, da comida produzida num restaurante ou qualquer outro tipo de estabelecimento que tenha como mister a comercialização

de comida pronta para o consumo. Nessa condição, a comida oferecida nesses locais, é uma mercadoria. A adjunção à mercadoria de adjetivos qualificativos tais como: comida caseira, tempero caseiro e a associação do prato do dia com o que em algum momento da vida cidadina fora a comida do dia a dia nas casas de família, são expedientes de propaganda que se prestam conferir significados para a comida vendida associando-a às lembranças e sensações que o cotidiano doméstico tende a inspirar.

A partir desse ponto podemos tratar de estabelecer as diferenças entre dois significados para a ideia de tomar refeição fora do domicílio; o mais imediato representado pelo consumo da comida em restaurantes, bares ou no circuito informal de varejo de refeições prontas e o outro apresentado na forma da prática de trazer a refeição, preparada em casa, para ser consumida no intervalo da jornada de trabalho destinado ao almoço.

A comida preparada no domicílio, como visto anteriormente, se apresenta desvestida de quaisquer resquícios de valor; destina-se exclusivamente ao consumo de convivas que vivem no lugar e, eventualmente, convidados para uma refeição, cotidiana ou festiva. Se a refeição foi preparada para compor a marmita que será consumida no dia seguinte, no horário do almoço, no local de trabalho do comensal, ainda nessa condição, de destinar-se ao consumo “fora de casa” não se reveste da forma mercadoria; há uma identidade entre a composição da refeição preparada com o cotidiano da família ou, de quem vive naquele domicílio.

Essa identidade que compõe as refeições do cotidiano, expressa um conjunto de ingredientes, técnicas e sabores que fazem uma mediação entre nutrição, saúde e cultura. Quando nos referimos as refeições realizadas no lar, majoritariamente realizadas a partir de ingrediente *in natura* e minimamente processados, considerando uma variedade de ingredientes, que, no Brasil podemos estabelecer a partir do mister arroz, feijão e as misturas (o conjunto de legumes, verduras, carnes e outros derivados, e outras preparações), nos referimos a construção de um gosto que regula boa parte das nossas necessidades físicas e do imaginário.

Completamente diferente é a natureza da comida/refeição destinada à comercialização. Nesse caso, a comida reveste-se da forma mercadoria e impera o valor de troca em desfavor da sua exclusiva utilidade para a satisfação de uma necessidade humana. Nessa condição o gosto tal como definido em passagens anteriores não se apresenta, sendo substituído completamente pelo paladar. Entretanto, a comida mercadoria se mostra esvaziada do significado de sua utilidade sendo necessário o concurso da propaganda para que o consumidor reconheça na coisa um objeto de desejo e com propriedades que lhes satisfaça suas necessidades (Fontenelle, 2017).

A propaganda não opera milagres ainda que tenha capacidade de subverter o imaginário social com significados para as coisas muito além do que a coisa significa. Entretanto, esse processo requer para a consecução de seus propósitos uma prévia memória sobre aquilo que, ressignificado, atenderá a necessidade criada socialmente. Os elementos que compõem o paladar conforme anotado por Doria (2014) requerem uma conexão com as dimensões do gosto e juntos orientam a decisão de consumir esse ou aquele prato, de preferir essa ou aquela comida.

Porém, no mundo da mercadoria essa conexão é apenas umas das facetas do engenho que impulsionará o consumo. Não há como capturar as especificidades que determinam o gosto das pessoas não importa se as classificarmos por classe social, estalão de consumo, idade, gênero etc., a estratégia nesse caso é a obtenção de um *standard* paladar/gosto de sorte que a decisão de consumir identifique na coisa (a comida) a capacidade de satisfazer a necessidade, seja esta física ou do campo dos desejos.

Não é objeto desse ensaio discutir as estratégias adotadas por restaurantes, sejam esses estabelecimentos que operam no sistema “sirva-se você mesmo e pague pelo consumo (auto-serviço)” ou “*a la carte*”. Na primeira modalidade, em linhas gerais a estratégia é adotar uma oferta diversificada que tente contemplar as memórias de gosto ( aqui associado a um evento social familiar ou não, a distinções) e paladar do consumidor de sorte que este não coma de tudo mas, experimente de tudo (POULAIN, 2004); opera-se uma “turbulência” no imaginário, misturam-se as comidas de festas e datas especiais com a comida do dia a dia e com os preparos que nos chegam pelos canais de propaganda, nos filmes, nas redes sociais, comidas exóticas, preparos distintivos, daí a ideia de experimentar um pouco de tudo em sacrifício da racionalidade de uma refeição adequada.

Os estabelecimentos convencionais, que atendem os comedores a partir de um cardápio fixo (*a la carte*) e pratos feitos (*a la minute*) usam outros expedientes menos rocambolescos, mas, nem por isso deixam de manipular o imaginário; a oferta tanto remete ao que se convencionou tratar por prato do dia, uma evocação à memória do que em algum se considerarmos momento da vida cidadina brasileira fora o cardápio cotidiano das famílias nas refeições em casa ou oferecem a gastronomia sofisticada como elemento de distinção.

A comida presente em restaurantes, sejam esses sofisticados ou populares quanto à oferta tanto quanto ao ambiente, suas instalações e serviços, deve ser consumida à mesa ou pelo menos sobre um balcão e em razão disso, reveste-se do significado de uma refeição, convivas, cada qual com seu prato, talheres, copos e guardanapos, compartilhando um espaço específico, a mesa; nessa condição, a refeição assume um significado convencional, comida e sociabilidade, compartilhamento, ainda que essa condição possa ser enfraquecida pela adição de outras atividades concomitantes, a constante consulta ao aparelho celular, a atenção aos televisores muitas vezes instalados no salão de refeições, o evento principal é a comida.

## **Quando o comer junto e a mesa de refeições desaparecem, triunfa a comida que imita comida**

Há um expressivo conjunto de textos provenientes de distintas áreas do conhecimento que expõem mudanças no comportamento citadino dentro e fora de casa e associam essas alterações a causas que abarcam desde a organização da vida no domicílio, a arquitetura das residências, os lugares externos, a rua, a praça, os percalços da mobilidade nas cidades e a ditadura feroz do tempo disponível para a vida versus o tempo requerido à sobrevivência.

O rito das refeições não foi poupado por essas mudanças. A ideia do café da manhã, do almoço e jantar da família se estiolou forçada pelos horários discrepantes de trabalho e de locomoção vividos pelos moradores da casa; como chama a atenção Atalli (2021), além dos ritmos cotidianos das pessoas no domicílio, a própria arquitetura da casa experimentou mudanças importantes.

No lugar antes reservado às refeições, sala de jantar ou copa ou mesmo a cozinha onde as pessoas se reuniam em torno da mesa para comer juntas tem cedido vez para ambientes em que o espaço das refeições é o mesmo das distrações, ou seja, a sala e o lugar das refeições é o mesmo, isso quando, também, não diminuem as cozinhas de modo que ali mal há condições para o mais trivial preparo de uma refeição, exceto, evidente, se essa puder ser empreendida usando-se micro-ondas, panela de pressão e de arroz elétricas e mais recentemente as fritadeiras que dispensam o uso de óleo e gordura; completando o cenário, a geladeira com um congelador enorme capaz de estocar pilhas e pilhas de caixas, envelopes e outras embalagens com comida pronta ou quase pronta, congelada.

Do fim da sala de refeições para as refeições tomadas diante do aparelho de televisão e de outras distrações no computador, no celular ou tablet, a comida vem se convertendo numa coisa sem nenhuma importância que a destaque das distrações que são incluídas na hora de comer. Mais recentemente, nos países da Europa e EUA desde o início dos anos 2010, comprar comida por meio de aplicativos e recebe-la em casa pronta para ser consumida, completou a vulgarização. Tome-se como exemplo a pizza no Brasil; antes da liquidação das salas de cinema de rua e sua transferência para o interior dos centros de compras, shopping center, sessão de cinema e pizza eram programas de domingo.

A insegurança das ruas, os preços abusivos praticados nas salas de cinema dos shopping centers, a conversão da sessão de cinema numa aberração com baldes de pipocas e barris de refrigerantes quando confrontados com a segurança e conforto da sala da casa e as possibilidades oferecidas pelas plataformas de streaming e a qualidade que os novos aparelhos de televisão entregam ao consumidor, a pizzeria se converte num número de telefone ou num enlace a partir de um aplicativo de entregas e com isso, a pizza se banaliza, reduzida a um disco de massa, morno, entregue numa caixa de papelão cujas fatias raramente conhecem um prato. Tal como a pizza, seria possível descrever outras barbaridades que abraçam desde o churrasco tradicional até refeições semi-preparadas por cozinheiros renomados e entregues para serem concluídas em casa.

Não se trata do paladar, ainda que possamos questioná-lo depois de inúmeras operações de preparo, embalagem transporte, etc; a questão aqui é o gosto tal como definido em passagens anteriores, não sobrou muita coisa dos componentes do gosto que desbordam as dimensões do sabor, do paladar.

Desde o esmaecimento da ideia do comer junto, passado por comer de qualquer jeito, sem rito e sem cuidado com a comida, a ato de comer só em meio a outras atividades e distrações que nada têm com a comida propriamente dita, estão dadas as condições para a banalização da comida e da refeição e a ascensão da comida que não é comida como parte do cotidiano.

Nesse desalentado contexto é que nos encontramos com a marmita vendida pelo circuito informal de varejo pelas ruas e praças das cidades. Inicialmente é preciso estabelecer uma diferença entre comida de rua e as marmitas.

Para não nos estendermos demais nessa distinção basta lembrar que a comida de rua tem tradição e tanto pode ser o lanche rápido, o “churrasco grego<sup>4</sup>”, o cachorro quente dos finais de noite, ou as tradicionais barracas e tableiros de acarajé e similares, as barracas de tacacá, churrasquinhos, comidas exóticas e tradicionais etc; no mundo todo a comida de rua está relacionada com hábitos alimentares, envolve sociabilidades, comedores da comida de rua têm identidade com o que estão comendo, movidos pela premência do tempo disponível, pela disponibilidade apertada da renda ou por tudo isso e muito mais, a comida de rua é prazer e não contingência.

A marmita pertence a outro território no imaginário, onde estão ancorados significados associados às coisas que consumimos por força das contingências, o território das coisas sem identidade, espaço reservado a coisas sem importância, o lugar da “qualquer coisa”. Ainda que a comida de rua seja tal como a marmita, uma mercadoria, ou seja destina-se a satisfazer necessidade de outrem mediante troca entre valores, a marmita é a refeição pronta para consumo e quase nunca tem algum vínculo entre quem produz a marmita e quem a vende.

A relação entre quem produz a coisa e quem a comercializa merece atenção. As marmitas vendidas pelas ruas e praças das cidades é um fenômeno antigo e que quase sempre se apresentava cercada de preconceitos, era tida como opção para trabalhadores “boias-frias urbanos<sup>5</sup>” que por distintas razões já não levavam consigo a marmita preparada em casa.

Nesse contexto, a comida servida nas embalagens de alumínio era consumida pelos comensais, sentados sob árvores, à beira de calçadas e a tampa do recipiente era convertida em colher; quem consumia essa comida eram trabalhadores precarizados uma vez que as categorias formais ou dispunham de restaurantes no local de trabalho, ou mais adiante, recebiam vale refeição que lhes permitia almoçar nos restaurantes da cidade. A “quentinha” ou era produzida e vendida por trabalhadores que estavam fora o mercado de trabalho e encontraram na venda de comida uma ocupação para geração de renda ou eram as marmitas adquiridas pela capatazia de uma obra ou pelo atravessador de mão de obra, junto a restaurantes ou cozinhas industriais.

O expediente da refeição pronta para o consumo e embalada na forma de marmitas mantém forte relação com a compressão do tempo que o comedor/trabalhador dispõe para, por exemplo, almoçar. Na informalidade, portanto, ao desabrigo da legislação, intervalos de sessenta a cento e vinte minutos amparados nas leis trabalhistas, não vigora; com as mudanças na natureza do emprego e ocupações no mundo do trabalho, relações informais caminham para se impor em detrimento ao emprego protegido por lei e sob tais circunstâncias os tempos de descanso, em especial intervalos para almoço, tendem a encolherem para em média, trinta minutos na maior parte dos países, exceção feita à Espanha, Grécia e França que conservam como prática entre uma e duas horas de pausa (Attali, 2021).

Assim, premida por intermináveis atividades e demandas, a alimentação vai se convertendo em uma atividade utilitária e com tal, qualquer coisa, literalmente isso, que possa aliviar a sensação de fome, é consumida quase sem nenhuma crítica. Entretanto, se por um lado a demanda por comida utilitária se expande, também cresce celeradamente o número de pessoas envolvidas

4 Churrasco grego é o abasileiramento do shawarma tradicional e que se converteu em lanche popular especialmente no centro da cidade de São Paulo e que reste até os dias de hoje.

5 Boias frias é a designação empregada para identificar o trabalhador volante na agricultura, contratado por vias informais e que levavam sua própria comida para consumi-la no intervalo do almoço. O termo boia fria remetia à temperatura da comida quando da hora ou do momento do consumo.



com a venda dessa comida o que requer da parte de quem fornece a marmita expedientes de propaganda capazes de seduzir o conviva.

Os expedientes adotados procuram quase invariavelmente destacar a diversidade na composição da refeição, o anúncio de garantias, improváveis, da qualidade dos ingredientes empregados, destaques para o “tempero caseiro” “comida caseira” ou as inefáveis propagandas de marmitas orgânicas, veganas, etc. Uma vez que a comida, como já mencionado, assume a condição de atividade utilitária, as escolhas do comensal são baseadas no mais das vezes em critérios obtusos, simpatia, aparência do vendedor, percepção de higiene, seja lá o que isso pode significar nas condições onde se realiza o comércio, a frequência do fornecedor no ponto e, o critério mais citado, o fato do vendedor estar no ponto de venda antes do horário do almoço.

Não ocorre, e isso é mais um atestado da perda de importância da comida para o comedor que se alimenta fora do domicílio, que para as marmitas estarem disponíveis a partir das 11:00h da manhã<sup>6</sup>, o processo de preparação obrigatoriamente teve início ainda nas primeiras horas do dia; da preparação à consecução dos preparos, embalagem e acomodação nas caixas térmicas e transporte, o alimento pronto, em temperatura abaixo de 60°C, ideal para todos os fatores de contaminação se desenvolverem, até o local onde será comercializado consumiu pelo menos duas horas.

Ademais, iniciada a venda, o abre e fecha da embalagem onde estão acondicionadas as marmitas, as operações de recebimento via de regra realizadas pelo próprio vendedor, ampliam significativamente os riscos de contaminação da comida e, note-se, na ocorrência de uma infecção alimentar ou qualquer outro problema associado ao consumo, o usuário não tem para quem apelar exceto, para seu plano de saúde ou para o SUS se a ingestão da comida resultar em uma intercorrência mais grave.

O roteiro da refeição, contudo, vai além do risco alimentar. A refeição adquirida será consumida em qualquer lugar o que acentua sua condição de atividade acessória, compartilhada com outras distrações ou obrigações que chegam pela via das telas dos telefones celulares, tablets ou computadores. Tal enredo se desenrola no “isolamento compartilhado”, condição em que as pessoas podem estar num mesmo espaço, porém, alheias umas às outras, uma situação em que a ideia de refeição desaparece e com esse desaparecimento, sucumbem as condições necessárias ao debate de ideias, fundamental para construção de qualquer nível de autonomia crítica (Attali, 2021).

Com o enfraquecimento da centralidade da comida refeição em favor da comida utilitária esvaziam-se de significados os ritos da comensalidade e os espaços no pensamento deixados por essa ausência é campo fértil para o impulsionamento do consumo desenreado de toda sorte de coisas oferecidas pelas propagandas diretas e indiretas como forma de atenuar a sensação de culpa e fracasso permanente que as necessidades criadas para nunca serem satisfeitas provocam.

Assim, o fenômeno do consumo de marmitas em substituição da refeição tal como ditam as práticas e hábitos que dão substância à ideia de comensalidade, ajudam a compreender as vias que o domínio da mercadoria sobre a vida das pessoas, pavimentaram para elevar à condição de comida aquilo que imita comida (Olmsted, 2017; Pollan, 2008; Attali, 2021; Montanari, 2008) e com essa ressignificação associar a ideia de comida segura e saudável e das tradições que acompanham esses significados, na sua antítese, a comida que adoce e mata e que, somente com a combinação oferecida pela indústria desses alimentos modernos, e funcionais associada com a indústria farmacêutica, poderão os comedores modernos, desde que tenham disponibilidade de renda para tal consumo, resgatarem a ideia de vida saudável.

## Considerações finais

As exigências de uma vida cada vez mais urbanizada tornou o expediente de se alimentar fora do lar uma necessidade para além da conveniência ou do prazer. O consumo de marmitas

<sup>6</sup> 11:00h e 11:30 são os horários que nas entrevistas realizadas no período dos testes do questionário para o projeto de pesquisa já mencionada aqui, apareceram como indicativo importante para impulsionar a escolha desse ou daquele vendedor.

através do comércio informal tem sido cada vez mais frequente, o que pode ocasionar sérios riscos do ponto de vista sanitário, e, também, expressas mudanças em relação a comensalidade do ato de se comer. A comida tem se tornado somente mais uma atividade em meio as tantas que temos que realizar durante o dia, nesse sentido, a busca por soluções rápidas que saciem o paladar – e não o gosto – de qualquer forma ou em qualquer sítio, é o lugar comum.

O “comer qualquer coisa” parece-nos sintetizar esse movimento que temos evidenciado nesse trabalho, onde o “qualquer coisa” expressa a redução da ideia de comida e a aceitabilidade e normalização de uma comida que não seja socialmente referenciada; uma ode ao consumidor individual e a banalização da comida.

## Referências

ATTALI, Jacques. **A epopeia da comida**: Uma breve história da nossa alimentação. São Paulo: Vestígio Editora, 2021.

DÓRIA, Carlos Alberto. **A culinária materialista**: construção racional do alimento e do prazer gastronômico. São Paulo: Editora SENAC, 2009.

DÓRIA, Carlos Alberto. **Formação da Culinária Brasileira**: escritos sobre a cozinha inzoneira. São Paulo: Editora Três Estrelas, 2014.

DOYAL, Len; GOUGH, Ian. **A theory of human need**. London: MacMillan, 1991.

ESQUIVEL, Laura. **Como água para chocolate**. São Paulo: Best Bolso, 2015.

FISCHLER, Claude. **El (h)omnívoro**: el gusto, la cocina y el cuerpo. Barcelona: Anagrama, 1995.

FONTENELLE, Isleide Arruda. **Cultura do consumo**: fundamentos e formas contemporâneas. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2017.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

OLMSTED, Larry. **Real Food Fake Food**. Chapel Hill: Alconquin Books of Chapel Hill, 2017.

POLLAN, Michael. **Em defesa da comida**: um manifesto. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2008.

POULAIN, Jean Pierre. **Sociologias da Alimentação**. Florianópolis: Editora UFSC, 2004.

STELZER, Cita. **Dinner with Churchill**: Policy-making at the dinner table. Paris: Hachette, 2011.

Recebido em 19 de janeiro de 2024.

Aceito em 12 de abril de 2024.

